

**PENGARUH *PERCEIVED ACQUISITION VALUE*, *PERCEIVED TRANSACTION VALUE* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *CONSUMER E-SATISFACTION* PADA LAZADA.CO.ID DI SURABAYA**



OLEH :

NOVITA EKAWATI

3103013220

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *PERCEIVED ACQUISITION*  
*VALUE*, *PERCEIVED TRANSACTION VALUE* TERHADAP *E-LOYALTY*  
MELALUI *CONSUMER E-SATISFACTION*  
PADALAZADA.CO.ID DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
NOVITA EKAWATI  
3103013220

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**


**PENGARUH *PERCEIVED ACQUISITION VALUE*, *PERCEIVED TRANSACTION VALUE* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *CONSUMER E-SATISFACTION* PADA LAZADA.CO.ID DI SURABAYA**

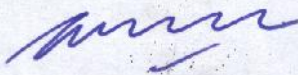
Oleh:

NOVITA EKAWATI  
3103013220

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1, 



Dr. Lydia Ari Widyarini, SE., MM.  
Tanggal: 20 - 12 - 2017

Pembimbing 2,

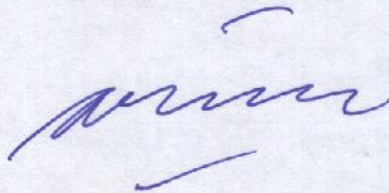


Drs. P. Julius F. Nagel, S. Th., MM.  
Tanggal: 20 - 12 - 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Novita Ekawati NRP 3103013220 Telah diuji pada tanggal 15 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji

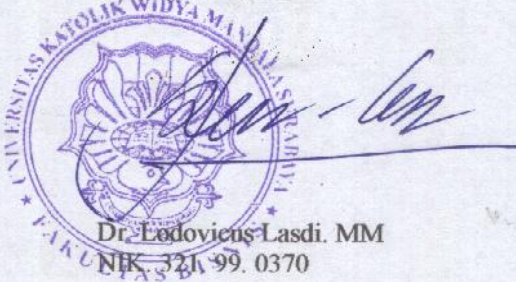


Dr. Lydia Ari Widyarini, SE., MM

Mengetahui:

Dekan

Ketua Jurusan,



Dr. Edovicius Lasdi, MM  
NIK. 321.99.0370



Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc  
NIK. 311. 11.0678



**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **NOVITA EKAWATI**

NRP : **3103013220**

Judul : **PENGARUH *PERCEIVED ACQUISITION VALUE*,  
*PERCEIVED TRANSACTION VALUE* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *CONSUMER E-SATISFACTION* PADA  
LAZADA.CO.ID DI SURABAYA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah **ASLI** karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Januari 2018

Yang menyatakan,



**NOVITA EKAWATI**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas anugerahNya. Limpahan kasih karunia dan rahmatNya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Acquisition Value*, *Perceived Transaction Value* terhadap *E-loyalty* melalui *consumer E-satisfaction* pada *Lazada.co* di Surabaya”. Yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. LodovicusLasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE.,M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lydia Ari Widyarini ,MM selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna.
4. Bapak Drs.Julius Ferdinand Nagel, S.Th.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.
6. My Family: Papa, Mama dan Koko. Terimakasih buat Papa dan Mama yang selama ini telah membiayai sekolah dan selalu mengusahakan yang terbaik baik bagi anak-anaknya. Terimakasih atas doa, kasih sayang, semangat serta nasehat-nasehat yang selama ini telah diberikan. Thx buat Koko'ku yang mau berkorban demi nonik, semoga pekerjaan yang sedang di jalanilancar. Amin. Love u so much my family.
7. Yulius Liemantoro,thankyou selama ini telah memberikan dorongan dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan selama 4 tahun ini, sukadan duka selama ini semoga menjadi kekuatan agar kita semakin matang dalam berfikir. Terima kasih juga atas kasih sayang dan pengertian yang diberikan.
8. Rekan-rekan kost blambangan 7 yang selalu setia menemani ,memberikan semangat dan memberikan saran-saran yang berarti bagi penulis.
9. Sahabat terdekat penulis (Lili,Erlyn,Dinda,Puri) yang selalu memberikan doadan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
10. Rekan-rekan penulis di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung penulis dengan apa adanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, kemampuan dan tenaga yang saya miliki. Sehingga dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, 05 Januari 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....                         | i    |
| SURAT PENYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH..... | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                   | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                    | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                        | v    |
| DAFTAR ISI .....                           | vii  |
| DAFTAR TABEL .....                         | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                        | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                       | xi   |
| ABSTRAK .....                              | xii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                      | xiii |
| BAB 1 PENDAHULUAN.....                     | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....            | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                  | 7    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                | 7    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....               | 7    |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....             | 8    |
| BAB 2 LANDASAN TEORI.....                  | 10   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....              | 10   |
| 2.2 Landasan Teori.....                    | 11   |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel.....           | 24   |
| 2.4 Model Penelitian.....                  | 26   |
| 2.5 Hipotesis.....                         | 27   |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| BAB 3 | METODE PENELITIAN.....                                   | 28 |
| 3.1   | Jenis Penelitian.....                                    | 28 |
| 3.2   | Identifikasi Variabel.....                               | 28 |
| 3.3   | Definisi Operasional Variabel.....                       | 28 |
| 3.4   | Jenis dan sumber Data.....                               | 30 |
| 3.5   | Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan<br>Sampel ..... | 32 |
| 3.6   | Alat dan Metode Pengumpulan Data.....                    | 31 |
| 3.7   | Populasi ,Sampel dan Teknik Pengambilan<br>Sampel.....   | 31 |
| 3.8   | Teknik Analisis Data.....                                | 32 |
| BAB 4 | ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....                             | 35 |
| 4.1   | Deskripsi Responden.....                                 | 35 |
| 4.2   | Deskripsi Data.....                                      | 38 |
| 4.3   | Evaluasi Model Penelitian.....                           | 42 |
| 4.4   | Analisis Model Penelitian.....                           | 52 |
| BAB 5 | SIMPULAN, DAN SARAN.....                                 | 61 |
| 5.1   | Simpulan.....  | 61 |
| 5.2   | Saran.....   | 61 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1  | Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....                     | 10 |
| Tabel 4.1  | Distribusi Responden Berbelanja <i>Online</i> Lazada.....                             | 35 |
| Tabel 4.2  | Distribusi Responden Frekuensi Berbelanja <i>Online</i> Lazada.....                   | 36 |
| Tabel 4.3  | Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                   | 36 |
| Tabel 4.4  | Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....                             | 37 |
| Tabel 4.5  | Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....  | 37 |
| Tabel 4.6  | Nilai Rata-Rata Variabel <i>Perceived Acquisition Value</i> .....                     | 38 |
| Tabel 4.7  | Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Variabel <i>Perceived Transaction Value</i> ..... | 39 |
| Tabel 4.8  | Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Variabel <i>e-Satisfaction</i> .....              | 40 |
| Tabel 4.9  | Nilai rata rata dan standar deviasi variabel <i>E-loyalty</i> .....                   | 41 |
| Tabel 4.10 | <i>Outer Loading</i> .....  | 43 |
| Tabel 4.11 | Pengujian <i>Discriminat Validity</i>   | 44 |
| Tabel 4.12 | <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dan Akar Kuadrat AVE.....                     | 46 |
| Tabel 4.13 | Korelasi Antar Konstruk dengan Nilai Akar Kuadrat AVE.....                            | 46 |
| Tabel 4.14 | <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dan Akar Kuadrat AVE.....                     | 47 |
| Tabel 4.15 | Nilai <i>Outer model</i> Variabel <i>Perceived Acquisition Value</i> .....            | 48 |
| Tabel 4.16 | Nilai <i>Outer model</i> Variabel <i>Perceived Acquisition Value</i> .....            | 49 |

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 4.17 | Nilai <i>Outer model</i> Variabel <i>e-Satisfaction</i> ..... | 50 |
| Tabel 4.18 | Nilai <i>Outer model</i> Variabel <i>e-Loyalty</i> .....      | 50 |
| Tabel 4.19 | Evaluasi Nilai <i>R Square</i> .....                          | 51 |
| Tabel 4.20 | Nilai Ukuran Efek <i>Cohen</i> .....                          | 52 |
| Tabel 4.21 | Pengujian Hipotesis Penelitian.....                           | 54 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|            |                       |    |
|------------|-----------------------|----|
| Gambar 2.1 | Model Penelitian..... | 27 |
|------------|-----------------------|----|



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Data isian Kuisisioner

Lampiran 3. Profil

Lampiran 4. Output PLS Logarithm

Lampiran 5. Output PLS Bootstrapping

**PENGARUH *PERCEIVED ACQUISITION VALUE*,  
*PERCEIVED TRANSACTION VALUE* BERPENGARUH  
TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *CONSUMER E-  
SATISFACTION* PADA LAZADA.CO.ID DI SURABAYA**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *perceived acquisition value* terhadap *e-loyalty*, pengaruh *perceived transaction value* terhadap *e-loyalty*, dan pengaruh *e-loyalty* terhadap *e-satisfaction*. Desain penelitian adalah penelitian kausal. Jumlah sampel penelitian ini 110 sampel, dan teknik analisis data menggunakan *partial least square*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived acquisition value* terbukti berpengaruh terhadap *e-satisfaction*. *Perceived transaction value* terbukti berpengaruh terhadap *e-satisfaction*. *e-satisfaction* terbukti berpengaruh terhadap *e-loyalty*. Kesimpulan ini menjawab hipotesis ketiga penelitian, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *satisfaction* terbukti berpengaruh terhadap *e-loyalty* adalah diterima.

Kata Kunci: *Perceived Acquisition Value*, *Perceived Transaction Value*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*

***EFFECT OF PERCEIVED ACQUISITION VALUE,  
PERCEIVED TRANSACTION VALUE INFLUENCE TO E-  
LOYALTY THROUGH E-SATISFACTION CONSUMER ON  
LAZADA.CO.ID IN SURABAYA***

***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to analyze the effect of perceived acquisition value on e-loyalty, the effect of perceived transaction value on e-loyalty, and e-loyalty effect on e-satisfaction. The study design is a causal research. The sample size is 110 samples, and the data analysis technique using partial least square. The findings of this study indicate that perceived acquisition value has been shown to affect e-satisfaction. Perceived transaction value has been shown to affect e-satisfaction. e-satisfaction proved to affect e-loyalty. This conclusion answers the third hypothesis of the study, so the third hypothesis that satisfaction proves to affect e-loyalty is acceptable.*

*Keywords: Perceived Acquisition Value, Perceived Transaction Value, e-satisfaction, e-loyalty*